

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«СЕВЕРО-ВОСТОЧНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ М.К.
АММОСОВА»
(СВФУ)

Нормоконтроль проведен
«08» мая 2015 г.

Специалист УМО



Васурин О.Г.

Утверждаю:
Директор



Павлов С.С.

М.П.

АННОТАЦИИ К РАБОЧИМ ПРОГРАММАМ ДИСЦИПЛИН

по направлению подготовки

38.03.01 - Экономика

Профиль – Экономика труда

Квалификация (степень) - бакалавр

Форма обучения - очная

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины

Б1.Б.17 (Б3.Б.9) Маркетинг

Трудоемкость 5 з.е.

1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины

Цель освоения: Целями освоения дисциплины «Маркетинг» являются приобретение обучающимися теоретических и практических знаний и навыков в области маркетинга. Программой курса предусмотрено изучение целей, задач, основных принципов, методов и функций маркетинга, процесса управления маркетинга, в том числе в части осуществления маркетинговых исследований, разработки и реализации маркетинговых стратегий и формирования комплекса маркетинга.

Краткое содержание дисциплины: Тема 1. Определение, содержание и основные понятия маркетинга.

Тема 2. Концепции управления маркетингом.

Тема 3. Среда функционирования маркетинга.

Тема 4. Системы маркетинговых исследований и маркетинговой информации.

Тема 5. Потребительские рынки и покупательское поведение потребителей.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения программы (содержание и коды компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
способностью выбрать инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, проанализировать результаты расчетов и обосновать полученные выводы (ОПК - 3); способностью находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовность нести за них ответственность (ОПК-4).	Знать: теоретическими и практические основы сбора и анализа исходных данных, необходимых для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов и собранных по итогам маркетинговых исследований, основные требования к сбору, анализу и обработке данных, необходимых для решения поставленных экономических задач особенности анализа и интерпретации финансовой, бухгалтерской и иной информацию, содержащейся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и использования полученных сведений для принятия управленческих решений в сфере маркетинга Уметь: осуществлять сбор и анализ исходных данных, необходимых для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов, осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения поставленных экономических задач Владеть: приемами сбора, анализа и обработки данных, необходимых для решения поставленных экономических задач осуществлять всесторонний анализ и интерпретацию финансовой, бухгалтерской и

	<p>иной информацию, содержащейся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений в сфере маркетинга</p> <p>Владеть: методами сбора и анализа исходных данных, необходимых для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов. приемами анализа и интерпретации финансовой, бухгалтерской и иной информации, содержащейся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и использования полученные сведения для принятия управленческих решений в сфере маркетинга</p>
--	--

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.Б.19	Маркетинг	8		Б1.В.ДВ.5 Стратегическое управление персоналом

1.4. Язык преподавания: русский.